

**استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية
المصرية وانعكاساتها على القائم بالاتصال
دراسة ميدانية لمواقع ” القاهرة 24- اليوم السابع - مصراوي ”**

إعداد:

أيمن عبد الله لبيب صقر

**المدرس المساعد بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال – بالسادس من
أكتوبر**

**The use of artificial intelligence techniques in Egyptian
websites and their impact on the communicator
A field study of the “Al-Youm Al-Sabea” sites - Cairo
24 - Masrawy**

Prepared by:

Ayman Abdullah Labib Saqr

**Assistant lecturer at the Higher Institute of Media and
Communication Arts, 6th of October**

الملخص:

تشهد المواقع الإلكترونية المصرية دمجًا متسارعًا للذكاء الاصطناعي، مما يحول مشهد عمل المتخصصين في مجال الاتصال والتواصل. ويغوص هذا البحث في هذه الديناميكية، حيث يفحص كلاً من الفرص والتحديات التي يقدمها الذكاء الاصطناعي. يبدأ البحث بتقييم الوضع الحالي لتبني الذكاء الاصطناعي في تطوير مواقع الويب عبر ثلاث منصات مصرية بارزة - "اليوم السابع" و "القاهرة 24" و "مصرأوي" باستخدام طريقة المقارنة المنهجية، يحلل البحث أوجه التشابه والاختلاف في تطبيقات الذكاء الاصطناعي الخاصة بهم، ويكشف عن تأثيرها على أدوار الموظفين وطرق العمل في مجال التواصل، كما يركز على العنصر البشري داخل هذه البيئة التي يقودها الذكاء الاصطناعي .

يستكشف البحث مجموعات المهارات التي يحتاجها الموظفون في مجال التواصل للتنقل بفعالية واستخدام مواقع الويب التي تعمل بالذكاء الاصطناعي . كما يلقي الضوء على فرص التدريب المتاحة، ويحدد مصادرها ويقيم فعاليتها في إعداد الموظفين في مجال التواصل لهذا المجال المتطور .بالإضافة إلى ذلك، يدرس البحث العقبات التي يواجهها القائمون بالاتصال في مجال التواصل في تبني الذكاء الاصطناعي، مستكشفًا كل من العقبات التقنية والنفسية .. ولفهم المستقبل المحتمل لمهنة الموظف في مجال التواصل، يستخدم البحث نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) يساعد هذا الإطار في تحليل العوامل التي تؤثر على قبول الموظفين في مجال التواصل واستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، مما يوفر رؤى قيمة حول سهولة الاستخدام المدركة والمزايا المحتملة.

من خلال الجمع بين هذه العناصر المتنوعة، يقدم البحث صورة شاملة لثورة الذكاء الاصطناعي داخل المواقع الإلكترونية المصرية وتأثيرها على المتخصصين في مجال الاتصال

والتواصل. إنه لا يتجاوز مجرد تحديد الاتجاهات، بل يغوص في مخاوف وتطلعات الموظفين في مجال التواصل وهم ينتقلون في هذا العصر التحولي. وفي نهاية المطاف، يسعى هذا البحث إلى توجيه مستقبل التواصل في عصر الذكاء الاصطناعي، والتأكد من أن الإبداع والبراعة البشرية تظلان في طليعة جذب الجماهير في عالم يقوده الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد.

الكلمات المفتاحية:

الذكاء الاصطناعي، المواقع الإلكترونية، القائم بالاتصال

Abstract:

Egyptian websites are rapidly integrating AI, transforming the landscape for communication professionals. This research delves into this dynamic, examining both the opportunities and challenges presented by AI. It begins by assessing the current state of AI adoption in website development across three prominent Egyptian platforms - Youm 7, Cairo 24, and Masrawy. By utilizing a systematic comparison method, the study analyzes the similarities and differences in their AI implementations, uncovering their impact on communicators' roles and workflows. Further investigation focuses on the human element within this AI-driven environment. The research explores the skill sets communicators require to effectively navigate and utilize AI-powered websites. It sheds light on the training opportunities available, identifying their sources and assessing their effectiveness in preparing communicators for this evolving field. Additionally, the study examines the barriers communicators face in adopting AI, exploring both technical and psychological hurdles. To understand the potential future of the communicator profession, the research employs the Technology Acceptance Model (TAM). This framework helps analyze the factors influencing communicators' acceptance and use of AI tools,

providing valuable insights into their perceived ease of use and potential benefits.

By combining these diverse elements, the research offers a comprehensive picture of the AI revolution within Egyptian websites and its impact on communication professionals. It goes beyond simply identifying trends, delving into the concerns and aspirations of communicators as they navigate this transformative era. Ultimately, this research seeks to guide the future of communication in the age of AI, ensuring that human creativity and ingenuity remain at the forefront of engaging audiences in an increasingly AI-driven world.

Key words:

artificial intelligence, websites, communicator

مقدمة:

تأتي هذه الدراسة من منطلق الاهتمام الكبير بالذكاء الاصطناعي في السنوات الأخيرة نظرا لظهورها في عدد كبير من المجالات الحياتية، ووجود تأثيرات إيجابية وسلبية علي الأفراد في مختلف المجتمعات سواء من خلال استخدامات تطبيقاته في العمل أو الخوف أن يكون تهديدا لهم في اختفاء وظائفهم. حيث تحول المشهد الإعلامي خلال السنوات الأخيرة تحولا جذريا وسريعا وغير مسبوق نتيجة للتطور السريع في تقنيات وتكنولوجيات الاتصال والمعلومات وهذا التحول الذي ألقى بظلاله على صناعة الإعلام بوجه عام وصناعة الصحافة على وجه الخصوص مما دفع العديد من مؤسسات النشر الإعلامي والمؤسسات الصحفية للتحول الرقمي وأصبحت هذه المؤسسات تبحث عن حلول جذرية للتحديات التي فرضتها التطورات الرقمية على صناعة الاخبار، والاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبح أمر لا مفر منه خاصة وأن العديد من كبريات الشركات مثل جوجل ومايكروسوفت وفيس بوك وظفت هذه التقنيات في إعادة توزيع المحتوى والوصول إلى الفئات المستهدفة من الجمهور. HASSOUN ، ALI Waleed (2019). p.49-40.

Mohamed

ولكن هذه التطورات ينبغي أن تكون محكمة بمعايير وضوابط مهنية حتى تستطيع هذه المواقع أن تحافظ على مكانتها، وتحتل مركزا متقدما بين مصادر معلومات الجمهور ، وإلا فقدت أهميتها ومبررات وجودها، وهذا يقتضي الاهتمام بالكم والكيف و رفدها بصحفيين مؤهلين للعمل فيها، يجيدون الكتابة لها واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعامل معها بمهنية عالية، وهذا يتطلب التعرف على سمات القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية، ومعرفة مدى توفر المعايير المهنية فيه، ووجهة نظره فيها، ودوافعه وتطلعاته نحوها، والصعوبات التي تواجهها، والاقتراحات التي يمكن أن تسهم في تطويرها وتحسين عملها.

هدف البحث إلى التعرف على الإطار المفاهيمي للذكاء الاصطناعي، ثم تحديد استخدامات أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها على مهنة القائم بالاتصال بالموقع المصرية، ودراسة آراء المهتمين بمستقبل المواقع في ظل ظهور تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أولاً: الإطار المعرفي للبحث:

أولاً: الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية:

بالنظر إلى التطورات الكبيرة التي حدثت في العالم، منذ الثورة الصناعية الأولى مروراً بالثانية والثالثة وصولاً لبدایات الثورة الصناعية الرابعة، لتعلن مولد تقنيات تكنولوجية جديدة، تشمل القطاعات كافة، الاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والترفيه، وهي إعلان بظهور إرهابات الذكاء الاصطناعي، التي تعتمد على نتاج الثورة الصناعية الرابعة من تطور الذكاء الاصطناعي، والطباعة ثلاثية الأبعاد، ومنصات البيانات المفتوحة، وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، والسرعات الهائلة في شبكات الاتصال، والهواتف الذكية بسعاتها المهولة. وأصبحت المواقع الإلكترونية يدخل فيه الذكاء الاصطناعي بصورة كبيرة، وقد قطع التطور التكنولوجي شوطاً طويلاً مع التركيز على جعل الحياة أكثر ملائمة وأسهل بالنسبة للمستخدمين، فكلما زاد عدد المستهلكين الذين يتعود عليهم استخدام المواقع، زاد الطلب عليهم للحصول على طابع شخصي إن رغبتهم في التحسين لا تنتهي أبداً، لمواكبة وتيرة التقدم التكنولوجي ومواجهة مثل هذا الطلب المتزايد، يواجه مطورو المواقع الكثير من التحديات وهم ينتقلون باستمرار لتحسين تجربة المستخدم والحفاظ على السمعة التي لم يتحصلوا عليها بسهولة.

مفهوم الذكاء الاصطناعي :

بصفة عامة، يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي على أنه أحد أبرز العلوم الحديثة التي الالتقاء بين الثورة التقنية في مجال علم النظم والحاسوب والتحكم الآلي من نتجت بسبب جهة، وعلم المنطق والرياضيات واللغات وعلم النفس من جهة أخرى، حيث يهدف إلى فهم طبيعة الذكاء الإنساني عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك الإنساني المتسم بالذكاء، لتزويد الحاسوب بهذه البرامج التي تمكنه من حل مشكلة ما أو اتخاذ قرار في موقف ما، بناء على وصف المشكلة أو المسألة لهذا الموقف.

شهد الربع الثاني من القرن التاسع عشر بداية ظهور بذور الذكاء الاصطناعي على الرغم من أن الحواسيب لم تكن موجودة بعد، إلا أن الذكاء الاصطناعي - كمنطق رياضي - أو جد لنفسه المكان المناسب وشق طريقة في الوسط العلمي.

رغم اختلافات المختصين سواء الأكاديميين أو الفلاسفة أو أهل العلم، في تعريف وتحديد مفهوم الذكاء الاصطناعي إلا أن هناك إجماع منذ ظهور هذا المصطلح في بدايات الخمسينيات من القرن العشرين، على أنه التيار العلمي والتقني الذي يضم الطرق والتقنيات التي تهدف إلى إنشاء آلة قادرة على محاكاة الذكاء الطبيعي أو البشري. ويعتبر المختصين في علم الآليات والمعلوماتية إن هذا التعريف كافي ووافي لوصف وتفسير مصطلح الذكاء الاصطناعي. (محمد لالح، 2020، ص 448)

تعريف المواقع الإلكترونية:

الموقع الإلكتروني: هو مكان افتراضي للمؤسسة صاحبة هذا الموقع، ويكون لها محدد فريد وموحد المصدر، وهو ما يطلق عليه عنوان: الموقع، أو ما يطلق عليه: "URL"، وهو مصدر المعلومات على شبكة الويب العالمية، ويحاول هذا الموقع تلبية حاجة جميع المستخدمين المستهدفين، من خلال مضامين كثيرة ومتنوعة، مثل النص والصور والصوت والفيديو

الدرجة في صفحات الويب المتصلة بهذا الموقع الإلكتروني؛ ونظرا لأن موقع الويب يعتبر المدخل الافتراضي لأي مؤسسة، فإنه يتطلب توفير الموارد وبذل الجهد لزيادة دوره وفاعليته، وتُعرف المواقع الإلكترونية: بإتخاذ مجموعة من الصفحات تصف هيئة أو شخصا ما وتُعرف بهما، وتنظم هذه الصفحات بشكل هرمي في مستويات مختلفة أو في مواقع فرعية، تعالج موضوعاً معيناً، أو تعنى بناحية معينة من نشاطات واهتمامات الهيئة أو الشخص الموصوف (أبو بكر محمود الهوش، 2011، ص134).

تاريخ الذكاء الاصطناعي:

إذا عدنا إلى عام 1917م، وهو العام الذي كتب فيه التشيكي "جوزيف كاييك" القصة التي تخيلتها "أويليك" بالفعل أول آلية، وبعد ثلاث سنوات، كتب شقيقه Karel Capek مسرحية الخيال العلمي "RUR" Rossum's Universal Robots الذي صاغ لأول مرة كلمة "روبوت" ، مشتقة من كلمة تشيكية "robota"، وتعني خادم أو عامل في الشركة التي أعطت اسمها لمسرحية اصطناعية بقدرات عالية .

مجالات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي

يستخدم الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات العسكرية والصناعية والاقتصادية والتقنية والطبية والتعليمية والخدمية الأخر. ومن بين أهم تطبيقاته ما يلي :

- السيارات ذاتية القيادة والطائرات بدون طيار الإنسان الآلي (الروبوت) وهو جهاز ميكانيكي مبرمج للعمل مستقلا عن السيطرة البشرية، ومصمم
- لأداء الأعمال وأنجاز المهارات الحركية واللفظية التي يقوم بها الإنسان، فضلا عن استخداماته الأخرى المتعددة بالمفاعلات النووية وتمديد الأسلاك وإصلاح التمديدات السلكية تحت أرضية واكتشاف الألغام وصناعة السيارات وغيرها من المجالات

- الدقيقة. التحكم اللاخطي كالتحكم بالسكك الحديدية الأجهزة الذكية القادرة على القيام بالعمليات الذهنية كفحص التصاميم الصناعية، ومراقبة العمليات واتخاذ القرار
- المحاكاة المعرفية باستخدام أجهزة الكمبيوتر لاختبار النظريات حول كيفية عمل العقل البشري والوظائف التي يقوم بها كالتعرف على الوجوه المألوفة والأصوات أو التعرف على خط اليد ومعالجة الصور واستخلاص البيانات والمعلومات المفيدة منها وتفعيل الذاكرة. التطبيقات الحاسوبية في التشخيص الطبي بالعيادات والمستشفيات واجراء العمليات الجراحية.
 - برامج الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الاقتصادية كالبورصة وتطوير أنظمة تداول الأسهم برامج الألعاب كألعاب الشطرنج وألعاب الفيديو والمواقع الالكترونية.
- العوامل الدافعة للاعتماد على الذكاء الاصطناعي:**
- هناك عوامل تحث على تطوير الذكاء الاصطناعي
- وجود كميات كبيرة من البيانات المتاحة ويحتاج الذكاء الاصطناعي إلى التعلم من خلال الكثير من البيانات لإجراء التنبؤات الصحيحة. تتيح سهولة تسمية البيانات والتخزين والمعالجة المسبورة التكلفة للبيانات المنظمة وغير المنظمة مزيداً من التدريب.
 - توفر تقنية الذكاء الاصطناعي التطبيقي ميزة تنافسية. تدرك الشركات بشكل متزايد الميزة التنافسية لتطبيق رؤى الذكاء الاصطناعي على أهداف الأعمال وجعلها أولوية على مستوى الأعمال. على سبيل المثال، يمكن أن تساعد التوصيات المستهدفة التي تقدمها تقنية الذكاء الاصطناعي على اتخاذ قرارات أفضل بشكل أسرع. كما يمكن للعديد من ميزات وقدرات الذكاء الاصطناعي أن تؤدي إلى خفض التكاليف وتقليل المخاطر وتسريع وقت الوصول إلى المعلومة وغير ذلك الكثير.

استخدامات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي:

مصطلح الذكاء الاصطناعي (الذكاء الاصطناعي) هو مصطلح شامل إلى حد ما يشير إلى الاحتمالات المختلفة التي تتيحها التطورات التكنولوجية الأخيرة. من التعلم الآلي إلى معالجة اللغة الطبيعية، يمكن للمؤسسات الإخبارية استخدام الذكاء الاصطناعي لإتمام عدد كبير من المهام التي تشكل سلسلة الإنتاج الصحفي، بما في ذلك الكشف عن البيانات واستخراجها والتحقق منها، وإنتاج القصص والرسومات، والنشر (مع فرز واختيار وتصفية الأولويات) ووضع علامات على المقالات تلقائياً. وتوفر هذه النظم مزايا عديدة: منها السرعة في تنفيذ الإجراءات المعقدة استناداً إلى كميات كبيرة من البيانات والسرعة دعم الروتين الصحفي من خلال التنبيهات بشأن الأحداث وتقديم مشاريع النصوص التي سيتم استكمالها بمعلومات سياقية؛ كذلك توسيع التغطية الإعلامية إلى المناطق التي لم تكن مغطاة أو غير مغطاة بشكل جيد، (نتائج المباريات بين الأندية الرياضية "الصغيرة"، على سبيل المثال)؛ وتحسين التغطية الإخبارية في الوقت الحقيقي؛ وتعزيز علاقات وسائل الإعلام مع جمهورها من خلال تزويدهم بسياق شخصي وفقاً لموقعهم أو تفضيلاتهم؛ وأكثر من ذلك.

(Laurence Dierickx, 2021)

تقنيات الذكاء الاصطناعي وغرف الأخبار الحديثة:

في العديد من المؤسسات الصحفية الأمريكية والأوروبية مثل أسوشيتد برس (AP) وفوربس ولوس أنجلوس تايمز و برو بابليكا، على سبيل المثال لا الحصر، تستخدم هذه التكنولوجيا بالفعل وتتميز بقدرتها على إنتاج المحتوى بشكل أسرع، بلغات متعددة، وبأعداد أكبر وربما مع عدد أقل من الأخطاء والتحيز. مما يؤدي إلى تحسين جودة الأخبار ودقتها، والتغلب على مشكلة "الأخبار المزيفة" علاوة على ذلك، يمكن للصحفيين التركيز أكثر على التقارير المتعمقة أو الاستقصائية، في مقابل تركيز استخدام الخوارزميات على تغطية المهام الروتينية.

وبالتالي، يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم تغطيات وقصص إخبارية بأقل تكلفة ناحية أخرى، يتوقع البعض إلغاء بعض وظائف تحرير المحتوى، والاعتماد على الروبوتات بشكل أكبر في بعض المهام التحريرية وفي هذا السياق يشير راي كيرتسويل أنه بحلول عام 2040 ستفوق أجهزة الكمبيوتر على العقل البشري، في مرحلة تعرف باسم التكنولوجيا". ومع ذلك، فإن الاعتراف بقيود الذكاء الاصطناعي والتكيف بشكل صحيح مع طبيعة العمل الصحفي البشري، يمكن أن يقصر الصحافة الروبوتية على بعض أجزاء المحتوى الإعلامي وأن تصبح وسائل مساعدة للصحفيين في قطاعات أخرى. ويرى بعض الصحفيين المتفائلين أن خوارزميات الذكاء الاصطناعي والصحافة الروبوتية تعزز العمل الصحفي بشكل عام، كما يعطي فرصة للتركيز على الموضوعات ذات الطابع الإنساني.

دخول الذكاء الاصطناعي في تطوير المواقع الإلكترونية وبعض التقنيات المستخدمة: الشات بوت:

لا يؤثر الذكاء الاصطناعي على تصميم الويب وتطويره على المطور فحسب. بل إنه يغير أيضاً طريقة استخدام المستخدمين لمواقع الويب. تتطلب الإصدارات الأقدم من برامج الدردشة الإعداد المسبق أو البرمجة مسبقاً للمسارات المحادثات التي كثيراً ما أدت إلى إحباطات المستخدمين النهائيين. ومع ذلك، تستخدم برامج الدردشة التي يتم تشغيلها بواسطة AI نماذج NLP معالجة اللغة الطبيعية) لإجراء محادثات أكثر أصالة وطبيعية وفهم احتياجات العملاء بشكل حقيقي، كما يمكنها التكيف مع الأخطاء الإملائية الإقليمية والاختلافات اللغوية. تسمح إمكانات ترجمات بوتات الدردشة للمستخدمين بالوصول إلى الخدمات والتطبيقات بلغتهم المفضلة.

"الصحفي الروبوت" تحرير الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي

يقوم الصحفي بإجراء الحوارات في وقتنا الحالي فيقوم بإعداد الأسئلة باستخدام محركات البحث، ومنصات الفيديو، والأرشيف الرقمي، ولكن في الغد القريب سيتم الاعتماد على روبوت للعثور على أسئلة أكثر عمقاً، كما أن الصحفي الذي يستطيع إنجاز حوار واحد في اليوم سيتمكن في المستقبل من إنجاز حوارين أو ثلاثة باستخدام أدوات التفرغ الأتوماتيكية

تحليل البيانات الضخمة:

"مع دخول إنترنت الأشياء بشكل تدريجي إلى حياتنا اليومية سيتم تحويل كل ما نقوم به من اختيارات إلى مجموعة بيانات. وعن طريق ربطها ببيانات مشابهة سنتمكن من استخدام الطاقة بكفاءة أعلى وتحسين قدرتنا على الاتصال. ولكنها في الوقت نفسه ستحد من الخصوصية وستعمل تنبؤاتها على زيادة توجيه المجتمع.

التوجهات المستقبلية مجال الذكاء الاصطناعي

- وضع التشريعات والقوانين والأطر التنظيمية الأساسية في المملكة من أجل حوكمة تقنيات الذكاء الاصطناعي. تعزيز وتكثيف الاستثمارات النوعية المرتبطة بالابتكار، والتقدم التكنولوجي، والبحث، والتطوير.
- تعزيز وتضافر الجهود والشراكات العالمية في مجال الذكاء الاصطناعي، وبناء الخبرات على الصعيد الدولي بالتعاون مع الشركات العالمية لاستقطاب المهارات .

Chan-Olmsted, Sylvia M. (2019): 193-215

القائم بالاتصال بالمواقع الالكترونية:

- القائم بالاتصال: - هو أي فرد داخل فريق عمل ينتمي إلى أحد المؤسسات ويضلع بمسؤوليات ما في صنع وإنتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا دورا مباشرا من

خلال الحلقات المختلفة لعلميات صنع الرسالة الاتصالية، بدءاً من وضع الفكرة أو السياسية العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وتقديمها للجمهور المتلقي بمدف التأثير عليه. وطبقاً لهذا التعريف فإن أي دراسة على القائم بالاتصال في أي مجال من مجالات الإعلام يجب أن تضع باعتبارها تناولها له من زاوية تعبيره عن فريق ذي علاقة ما بالمؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليه، لذلك فإن تناول القائم بالاتصال في البحث لا بد وألا يغفل دراسة العلاقة القائمة بينه وبين المؤسسة التي يمثلها، وإلا يتم النظر إليه كفرد مبتور الصلة بالمنح أو بالمحيط الاجتماعي الذي يتحرك داخله ويمارس فيه عمله. . (نجوى الفوال، 1995).

- المهارات الخاصة بالقائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الإلكترونية: -

هناك مهارات التي يجب أن يتحلى به القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية والتي يمكن رصدها من الدراسات الإعلامية الحديثة إلى أنه فضلاً عن ضرورة تمتع القائم بالاتصال بالسمات والمهارات المطلوبة من الإعلاميين في البيئة التقليدية من قدرة على جمع المادة الإعلامية، وتحريرها وصياغتها، والقدرة على تقييم صلاحيتها الإعلامية، وفهم طبيعة السياق الإعلامي الذي يحيط بالوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، فإن ثمة حاجات ماسة لأن يكتسب القائم بالاتصال في البيئة الإلكترونية مهارات تقنية، وخبرة بالوسائط المتعددة أو ما يعرف بالمتيميديا سواء في جمع المادة الإعلامية وتغطية الأحداث، أو معالجتها واسترجاعها أو تصميمها أو بثها، مع القدرة على توظيفها إعلامياً، فضلاً عن الخبرة التنظيمية، والعمل كموردين للمضمون أكثر منهم كتاباً أو محررين، ومهارة جمع المادة الإعلامية وتقييمه، واختيار الموضوعات والمقالات والخلفيات المعلوماتية المناسبة للقصة، ومهارات العمل كباحثين ومحررين ومنسقين. (السيد بخيت، 2004 - ص 32)

معايير مهنية للعاملين في المواقع الإلكترونية:

يجب على كل صحفي (القائم بالاتصال) في المواقع الإلكترونية أن يراعي مجموعة المقاييس والمعايير التالية:

- الإدراك بأن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.
- السعي لتوفير نطاقا واسعا من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- يجب على الصحفيين الإلكترونيين السعي بإصرار للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة، وفي سياقها، وعلى أكمل وجه.
- مقاومة التشويهات التي تبهم أهمية الأحداث.
- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح، والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى.
- يجب على الصحفيين الإلكترونيين عرض الأخبار بإنصاف وحيادية، وإضافة قيمة أساسية على ما هو مهم وذو علاقة.
- مواكبة التكنولوجيا الحديثة لربط الأحداث وتوظيفها في الموضوعات ونشرها بطريقة سليمة.
- السعي إلى فهم تنوع المجتمع ونقله للجمهور دون انحياز أو نمطية.
- نقل التنوع في الآراء والأفكار.
- يجب على الصحفيين الإلكترونيين أن يقدموا الأخبار بصدق وشرف، وأن يتجنبوا تضارب المصالح، أو ما يمكن تفسيره كذلك، وأن يحترموا كرامة وذكاء الجمهور وعناصر الأخبار.
- تحديد مضمون الأخبار عن طريق حكم تحريري، وليس كنتيجة لتأثير خارجي.

القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية (مشاكله):

- لا يفرق الكثير من الصحفيين بين فن الكتابة المطبوعة والمسموعة والمرئية، وبين فن الكتابة الصحفية الإلكترونية، رغم الاختلاف الكبير بينها، فترى الصحفيين الذين يكتبون للمواقع على شبكة الإنترنت يكتبون الأخبار والتحقيقات بنفس الطريقة والأسلوب الذي تعلموا أن يكتبوه للصحف والمطبوعات.
- ضعف أدائهم المهني في مجال الكتابة للمواقع الإلكترونية.
- غياب الرقابة الذاتية لدى الصحفي، ولا يحكم ضميره خلال قيامه بإعادة نشر ما نشر سابقاً.
- عدم وجود قدرة على الاختزال، وعدم الاهتمام لتقديم عناوين ومصطلحات مثيرة تجذب القارئ.
- قلة المواضيع النوعية والخاصة وعدم الاجتهاد والبحث عن المواضيع الهامة.
- الروتين وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة وإبداعية.
- عدم الاهتمام بخصائص الانترنت.
- لا يوجد لديهم تأهيل كافي للعمل مع التكنولوجيا وتقنياتها "بشكل عام".
- فقدان التدريب والتوجيه الكافي من المتخصصين في هذا المجال. (ياسر البناء، 2005، ص 16)

ثانياً: الإطار المنهجي للبحث:

إن دراسة الظاهرة موضوع البحث تتطلب أسساً علمية، بحيث تخضع الدراسة إلى منهج علمي يفرض الاعتماد على خطوات يتم تصميمها بطريقة علمية؛ لمساعدة الباحث سواء في جمع المعلومات أو عملية التفريغ والتحول الي نتائج، ومن هنا نبدأ في عرض وتوضيح

الإجراءات المنهجية التي سار عليها الباحث في دراسته وما تتضمنه من ضوابط وخطوات محسوبة.

الدراسات السابقة:

لقد قام الباحث بالاطلاع على الأبحاث والدراسات التي استطاع الوصول إليها، والتي تناولت الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية و القائم بالاتصال، ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة استطاع الباحث تحديد معالم المشكلة البحثية، وأيضاً تم تقسيم هذه الدراسة إلي محورين، وتم ترتيبهما من الأحدث إلي الأقدم:

المحور الأول: دراسات تناولت الذكاء الاصطناعي:

1. دراسة مجدي عبد الجواد، (2021)، بعنوان اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر، والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في مكافحة الجرائم الإلكترونية، والتعرف على رؤيتهم حول الدور المستقبلي لهذا النمط الجديد في دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، واستمارة الاستبيان، في جمع البيانات من عينة عشوائية من النخبة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، منها: تتفق النخبة على اعتماد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على مختلف الأشكال والفنون الإعلامية عند معالجة الجرائم الإلكترونية، ووفق رؤية النخبة سوف تصدر المواد الخبيرة باعتبارها تقوم على الرصد ومتابعة الوقائع والأحداث من مختلف الأوعية الاتصالية؛ فيما تعتبر المحاكاة من القوالب التفسيرية الجديدة في تحليل ومعالجة البيانات للتنبؤ والوصول إلى مؤشرات لما يمكن أن يكون عليه الحدث مستقبلاً، حيث تعتبر المحاكاة أداة لتحليل

وتصميم الأنظمة المعقدة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، تتفق النخبة على تنوع الوسائط المتعددة التي سوف تعتمد عليها تطبيقات الإعلام الأمني عند التعرض لموضوعات الجرائم الإلكترونية والأمن السيبراني، ووفق تصوراتهم سوف تصدر صحافة البيانات التطبيق الأكثر استفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، يليها صحافة المواطن، والفيديو، والموبايل، والدرون، وتأتي القضايا الأمنية في صدارة الاهتمام، واتفق النخبة نحو إيجابية توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية، وأن التوظيف سوف ينعكس أكثر على تطوير أساليب المعالجة وتنوعها، وهوما يقلل من جهد الإعلاميين في التغطية الحية.

2. دراسة محمد جمال بدوي، (2021)، بعنوان آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري، والتي سعت لتحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على كيفية تطبيق صحافة الروبوت وآليات إنتاجها في موقع القاهرة 24 الإخباري، باعتباره أول موقع مصري يطبق هذا النموذج من تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتعرف على الفائدة أو القيمة التي أضافتها للموقع، والكشف عن الممارسات الجديدة التي فرضتها، والوقوف على طبيعة العلاقة بين صحافة الروبوت والصحفيين البشريين، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، واستمارة الاستبيان، في جمع البيانات من عينة عشوائية من الصحفيين بموقع القاهرة 24 الإخباري، كما استخدمت الدراسة النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: أهمية تطبيق صحافة الروبوت في المواقع الصحفية المصرية، لقدرتها على إنتاج وتقديم محتوى صحفي أكثر تميزاً من الذي يقدمه الصحفيون البشريون، وأكثر مصداقية منه لدى الجمهور، وتأثيرها الإيجابي على البعدين المهني والأخلاقي للعمل الصحفي، وأن موقع القاهرة 24

الإخباري قد حقق أهدافه من تطبيق صحافة الروبوت بنسبة جيدة، ويستبعد الباحثين أن تحل صحافة الروبوت محل الصحفي البشري في المستقبل. وحول طبيعة العلاقة بين الآلات والبشر يؤكدون من واقع تجربتهم أنها علاقة تكاملية إلى حد كبير.

3. دراسة عمرو محمد محمود عبدالحاميد، (2020)، بعنوان **توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصادقيته لدى الجمهور المصري**، حيث هدفت هذه الدراسة رصد توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، وإدراك عينة من الجمهور المصري لمصادقية المحتوى المنتج عبر الذكاء الاصطناعي مقارنة بالمحتوى المنتج عبر المحرر البشري، طبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من 400 مبحوث من متابعي الأخبار الاقتصادية، حيث تعرض المبحوثين لنموذجين للتغطية الإخبارية لتداول أسعار الأسهم بالبورصة المصرية، أحدهما تمت كتابته عن طريق روبوت (بموقع القاهرة 24)، والآخر تمت كتابته عن طريق صحفي بشري بموقع اليوم السابع. أشارت النتائج إلى أن أبرز المجالات التي نجحت بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي (الردشة الآلية عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي 4.03، يليها (التعامل مع البيانات الضخمة) بمتوسط حسابي 4.01، ثم خاصية (التعرف على وجوه الشخصيات بشبكات التواصل الاجتماعي، بمتوسط حسابي 3.99، وجاءت في الترتيب الرابع) الترجمة الآلية بمتوسط حسابي 3.81. أوضحت النتائج أن ترتيب عناصر مصادقية الرسالة المنتجة عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، والتي وردت موقع (القاهرة 24)، كانت كالتالي: فئة (الدقة) في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 3.83 ويليهما في فئة (الموضوعية) بمتوسط حسابي 3.65، ثم (فصل الحقيقة عن الرأي) بمتوسط حسابي 3.64، وفي الترتيب الأخير (جودة صياغة الخبر) بمتوسط حسابي 3.43.

4. دراسة عيسى عبد الباقي موسى وأحمد عادل عبد الفتاح، (2020)، بعنوان اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية؛ حيث سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في الرصد الكمي والتفسير الكيفي لتصورات ومواقف الصحفيين العاملين في غرف الأخبار والقيادات بالمؤسسات الصحفية المصرية نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف أخبارها، وتحديد درجة جاهزيتها لتبني تلك التقنيات، والمهارات اللازمة للتكيف العمل الجديدة وأبرز تحدياتها وملامح مستقبلها، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها على نظرية نشر الأفكار المستحدثة، ونموذج قبول التكنولوجيا، كما تم توظيف منهج المسح بشقيه الكمي والكيفي، وأسلوب المقارنة المنهجية، وأداتي الاستبيان، والمقابلة المتعمقة، على عينة قوامها 150 مفردة من الصحفيين المصريين العاملين بغرف الأخبار والقيادات الصحفية بالمؤسسات القومية والخاصة، بجانب إجراء المقابلات الإلكترونية لعينة من القيادات الصحفية، والأكاديميين، وخبراء الذكاء الاصطناعي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، منها: أن نسبة 88% من إجمالي العينة من الصحفيين والقيادات يؤكدون على الأهمية الكبيرة لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار الخاصة بهم، إلا أنهم أشاروا في نفس الوقت إلى عدم جاهزية نسبة كبيرة من غرف الأخبار لتوظيف هذه الأدوات نتيجة عدم تحديث الهياكل التنظيمية بها، وعدم تبني أنظمة الجودة، بجانب عدم توفر خوارزميات لتحرير النصوص بالنسخة العربية، وتراجع الاستثمار والتمويل في هذه التقنية. وأظهرت نتائج الدراسة أن من أهم التأثيرات الإيجابية لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في غرف الأخبار أنها توفر بيئة عمل أكثر راحة للصحفيين، وتعمل على تغيير أدوارهم وتفرغهم للمهام الإبداعية، كما تساعد على فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق.

5. **(Jose Miguel 2020)** حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر برامج وتطبيقات الذكاء الاصطناعي على وسائل الإعلام الإسبانية وأشكاله البرمجية، من خلال طرحها تساؤل رئيسي هل يؤثر استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على المحتويات، الأشكال، والشخصية المهنية؟، وهل تؤثر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي على مستقبل الإعلام؟ وأشارت إلى أن الإعلام سيكون من المجالات التي ستتأثر بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته الحديثة، وأن الأشكال البرمجية تأثرت بتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بصورة إيجابية، وأكدت أنه يجب على المؤسسات الإعلامية العمل على إدخال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتوسع في استخدامها، للتكيف مع التغيير الكبير الذي من المتوقع أن يحدث مستقبلا.

6. **(Santosh Kumar 2020)** ، بعنوان " استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، حيث هدفت إلى التعرف على تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي، في وكالة أنباء Xinhua الصينية على العمل الصحفي، وما هي التحديات التي تعيق توظيف تلك التكنولوجيا في الوكالة، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام باختيار عينة عشوائية قوامها 25 صحفي ا من وكالة أنباء Xinhua الصينية، ومن خلال استخدام المقابلات المتعمقة أشارت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي أسهم بشكل كبير في العمل الصحفي، خاصة فيما يتعلق بجمع وتحرير المعلومات والبيانات الذي يحدث إلكتروني ا ودون التدخل المباشر من قبل المحررين، مما وفر الكثير من الوقت والجهد اللازم في العمل الصحفي للوكالة، كذلك أكدت أهمية الذكاء الاصطناعي في التحقق من الشائعات والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي مكن وكالة الصينية من تطوير أشكال جديدة من عرض القصص الخبرية ومنها الاعتماد على ما يعرف بالواقع الافتراضي.

7. دراسة (Susan Leavy (2020) بعنوان " استخدام الذكاء الصناعي في العمل الصحفي وعلاقته بالتحيز في تغطية الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين وهدفت إلى التعرف على أسباب التحيز في الأخبار المتعلقة بالمرشحين السياسيين الإناث في دولة إيرلندا، وهل هناك تأثير سلبي على سلوكيات ووعي الجمهور فيما يتعلق بالمرشحين الإناث في إيرلندا، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، حيث قام بإجراء دراسة تحليلية طويلة قام من خلالها بتحليل عينة قوامها 469 مقالا متعلق بالمرشحين السياسيين ومن عام 2011 – 2019 والتي تم نشرها في صحفيتي The Independent & the Sunday، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن البرامج التي تتم الاستعانة بها في الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي تعتمد على لغة اللوغاريتمات، حيث إنها اعتمدت في تحليلها على المقالات والأخبار الصحفية السابقة والتي نشرت على المرشحات والتي كانت في الأغلب تتجه نحو التحيز ضدهن، لهذا كانت النتيجة منطقية في حدوث ذلك التحيز بناء على المدخلات التي أدت إلى وجود مخرجات متحيزة.
8. دراسة سحر عبد المنعم، (2020)، بعنوان اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي، دراسة ميدانية، حيث هدفت هذه الدراسة أنه في إطار بحثها حول اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الإعلامية الخاصة بالثراء المعلوماتي، أكدت أن العديد من المنشآت الإعلامية المصرية بدأت في الاعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بصورة مبدئية، وأن هناك إدراك لأهمية الذكاء في الاستخدامات الإعلامية المختلفة، وأن المؤسسات الصحفية بدأت في استخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي لكن بصورة بدائية .وهو نفس الاتجاه الذي أشار إليه.

المحور الثاني: دراسات تناولت القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية:

1- دراسة علي جمال التركي، (2021)، بعنوان السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة "دراسة ميدانية علي القائم بالاتصال ، حيث سعت هذه الدراسة إلي رصد أهم سمات بيئة العمل داخل كل مؤسسة "الوطن، البوابة، اليوم السابع" بما تمتلكه تلك المؤسسات من منصات إعلامية متعددة (مواقع صحفية، راديو، إنترنت، صفحات مواقع التواصل، وتوصلت الدراسة إلي النتائج التالية وهي إحتياج المؤسسات الإعلامية المصرية للاهتمام بتدريب الصحفيين علي الأساليب الحديثة في إدارة المحتوى، والتعريف بأهمية نهج المنصات المتعددة، وأيضًا الإحتياج إلي المزيد من الإمكانيات المادية والتطوير التقني والفني بالإضافة إلي الكوادر البشرية للاستطاعة للوصول إلي الوصول لمؤسسات متكاملة.

2- دراسة **Asad ullah khaled** ، "2019" بعنوان "التقنيات الذكية والابتكار من أجل مستقبل مستدام ، حيث سعت الدراسة إلي الكشف عن العوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال وتأثيرها علي جودة الإنتاج الخبري بوسائل الإعلام الباكستانية، وجاءت أهم نتائج الدراسة علي النحو التالي وهي، عدم حصول القائم بالاتصال علي الترتيب المناسب يجعله غير مؤهل علي جودة المادة الإعلامية، وأيضًا الخلط الزائد بين الإعلام والسياسة يثير جدلاً وأن الإعلام يخضع للنفوذ السياسية مما يؤثر علي أدائه.

3- دراسة مني المرغحي أحمد، (2018)، بعنوان "آليات بناء الأفكار التحريرية وأجندة الموضوعات المقدمة في بوابات الصحف الإلكترونية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال ، حيث سعت الدراسة إلي رصد وتحليل واستخلاص آليات بناء الأفكار التحريرية وأجندة الموضوعات والقضايا المطروحة في البوابات الإلكترونية (الأهرام، الوفد، اليوم السابع)، وتحليل العوامل ذات الأولوية في اختبار الأفكار التحريرية وبناء أجندة الموضوعات التي

ظهرت في البوابات الثلاثة خلال عام 2014 في ضوء الاعتماد علي منهج المسح الإعلامي لتحقيق أهداف الدراسة التي تطلبت الاستعانة باستمارة تحليل مضمون المواقع، وأيضاً أداة الاستبيان التي تم تطبيقها علي القائمين بالاتصال في البوابات الإلكترونية الثلاثة وبلغ عددهم 120.

4- دراسة أسماء عبده بدران، (2017)، بعنوان "العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع" دراسة تحليلية وميدانية"، حيث سعت هذه الدراسة إلي أهم العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال من حيث العوامل الإدارية والفنية، وعوامل الرضا الوظيفي، والعوامل الاقتصادية والاجتماعية، وقد اعتمدت علي المنهج المسحي، ويتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال بالمواقع العراقية، وتوصلت نتائج الدراسة، حيث تمثلت أهم العوامل السياسية المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية في عدم استقرار بالعراق، وعدم حماية الصحفيين من قبل الجهات الأمنية.

5- دراسة توفيق أبو جراد، (2017)، بعنوان "دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية في بناء أجندة قضايا المواطنة في فلسطين، حيث سعت هذه الدراسة إلي التعرف علي دور القائم بالاتصال في بناء قضايا المواطنة ومدى إهتمامه في المواقع عينة الدراسة، ورصد الدوافع والمعايير والإهتمام بالقضايا المواطنة ومدى التوافق بين السياسة التحريرية للمواقع وبين إتجاهات القائم بالاتصال، في ضوء المنهج المسح الإعلامي لتحقيق أهداف الدراسة والتي استخدمت أيضاً استمارة تحليل مضمون المواقع، وأداة الاستبيان التي طبقت علي القائم بالاتصال، وتوصلت الدراسة إلي، أن القائم بالاتصال يلتزم بالسياسة التحريرية للمواقع الذين يعملون بها بنسبة كبيرة جداً 48%، وبنسبة كبيرة 38%، ومتوسط

بنسبة 11.11%، وأيضاً كشفت أن الواقع السياسي الفلسطيني يؤثر علي تناول القائم بالاتصال للقضايا المطروحة بنسبة كبيرة.

6- دراسة سارة إبراهيم، (2016)، بعنوان "السياسات الإدارية للمؤسسات الإعلامية بين المعايير المهنية والتوجهات الإيدلوجية، حيث سعت هذه الدراسة إلي التعرف علي الضغوط الإدارية للمؤسسات الإعلامية علي القائم بالاتصال وخاصة سياسة الوسيلة الإعلامية، ومعرفة إلي أي مدى تؤثر السياسات الإدارية التي تتبعها المؤسسات علي الأداء المهني للصحفيين، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج ومن أهمها أن المؤسسات الإعلامية تتعرض لضغوط مهنية تؤثر علي تطبيقها لسياستها الإدارية في مقدمة الضغوطات، ثم تأتي الضغوطات الاقتصادية الخاصة بالإعلان وأشكال ملكية المواقع وتأثير التوجهات الإيدلوجية لإدارة المؤسسات علي الأداء المهني للصحفيين.

7- دراسة راندة ماضي فكري، (2015)، بعنوان "العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية" ، حيث سعت الدراسة إلي التعرف علي العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية وذلك من خلال التعرف علي السمات المهنية ومستوي الرضا الوظيفي ومعايير الأداء المهني للقائم بالاتصال، واختارت الباحثة عينة عشوائية طبقية من القائم بالاتصال بلغ قوامها 143 من مواقع (البديل و الوفد واليوم السابع ومصرأوي)، وتعد هذه الدراسات من البحوث الوصفية واستخدم فيها منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، وتوصلت الدراسة إلي التعرف علي أكثر العوامل المؤثرة علي نشر المضامين الإعلامية هي الإلتزام بسياسة المواقع وذلك بنسبة 43.4%، ثم جاءت الضوابط القانونية والاخلاقية في المرتبة الثانية.

9- دراسة زهير حسين بعنوان، (2014)، "السياسات التحريرية للصحف الخليجية والعوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال" ، حيث سعت الدراسة إلي التعرف علي العلاقة

بين السياسات التحريرية والعوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال خاصة في ظل التطور التكنولوجي وشبكة الاتصال والإنترنت.

وجاءت أهم نتائج الدراسة، أن أبرز مشاكل القائمين بالاتصال العائد المادي والتعامل مع المصادر الموثوقة ونقص المعلومات، حيث كان لشبكة الإنترنت موقع الصدارة في توفير المعلومات، تليها وكالات الأنباء والمسؤولين الحكوميين، وجاءت من ضمن النتائج إلتزام الصحف الخليجية بتوجيهات السياسة الرسمية لمجلس التعاون لدول الخليج العربي، وهو ما يلتزم به القائم بالاتصال في المؤسسات الخليجية، وأيضاً من أكثر العوامل المؤثرة في سياسة التحرير درجة الحرية التي يسمح بها النظام السياسي ومدى إلتزام المؤسسات بأخلاقيات العمل الصحفي، وكان ذلك يدفع الصحفيين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم.

التعليق على الدراسات السابقة: أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

يمكن رصد أوجه الإفادة العلمية التي عادت على الباحثة من مراجعتها للدراسات السابقة من حيث الناحية النظرية والمنهجية كما يلي:

-الناحية المعرفية:

أفادت الدراسات السابقة في عدة أوجه منها التعرف علي معرفة بعض المفاهيم عن الذكاء الاصطناعي والقائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية، وكما أفادت معرفة نقاط التي فشلت الدراسات السابقة في قياسها.

- الناحية النظرية:

- 1- أفاد الباحث من هذه الدراسات من الناحية النظرية في وضع رؤية وتصور عام للذكاء الاصطناعي ومعرفة القائم بالاتصال.
- 2- تعميق جوانب التصور البحثي وإضافة أبعاد أخرى للدراسة.

3- أفاد الباحث من الدراسات السابقة في معرفة أهم المراجع العربية والاجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.

- الناحية المنهجية:

- 1- أفاد الباحث من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة بما يتناسب مع منهجية
- 2- الدراسة.
- 3- أفاد الباحث من نتائج الدراسات السابقة في تحديد الإطار المنهجي واختيار المنهج
- 4- المناسب الذي اعتمده الدراسة.
- 5- أفاد الباحث من هذه الدراسات في تحديد تساؤلات الدراسة الحالية وفروضها، ووضع إطار عام لما يجب أن تكون عليه الدراسة وما يمكن أن تضيفه.

مشكلة الدراسة:

نظراً للتحويلات التي فرضتها تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية بقدر ما أدت إلى تطورات كبيرة وجوهرية على مستوى كفاءة الأداء بقدر ما أصبحت تمثل تهديداً حقيقياً لمستقبل القائم بالاتصال ومستقبل المهنة، في ظل تصاعد المخاوف من تقليل فرص العمل وتنميط الأداء وغياب الحس الإنساني والطابع الإبداعي، وهو الأمر الذي لا يشكل خطورة على مستقبل القائم بالاتصال فقط، وإنما مستقبل المهنة ذاتها؛ الأمر الذي يحتم على القائم بالاتصال على تطوير مهاراتهم للتأقلم مع البيئة الجديدة، ليس فقط على مستوى الشكل؛ وإنما المحتوى أيضاً، ومن المحتمل أن هناك تحولات كبيرة في بنية المؤسسات الإعلامية وطرق عملها، لذا تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن هذه التساؤلات: هل ستقضي تقنيات الذكاء الاصطناعي على وجود العنصر البشري في صناعة الإعلام ومن ثم تتخلى المؤسسات عن العنصر البشري؟

وانطلاقاً فإن الدراسة الحالية تسعى للتعرف على تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في المواقع الإلكترونية المصرية وانعكاسها علي القائم بالاتصال ورصد ابرز المعوقات، ورصد وتحليل تصوراتهم واتجاهاتهم نحو مفاهيم الذكاء الاصطناعي والتعرف على انطباعاتهم تجاه مستقبلهم الوظيفي في ظل انتشار التحول الرقمي في المؤسسات الإعلامية، وفقاً لمتطلبات والآليات لمواكبة تلك التطورات، وتصوراتهم لطبيعة مستقبل القائم بالاتصال في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي.

أهمية الدراسة:

- تأتي هذه الدراسة في ظل حالة الجدل الذي صنعته تقنيات الذكاء الاصطناعي بين الأوساط الإعلامية المحلية والدولية وانعكاساتها على القائم بالاتصال في الإعلام، في ظل ما أحدثته من ثورة تقنية في قدرة وسائل الإعلام على التأثير ومخاطبة الجمهور، وإتاحتها لأدوات أكثر ذكاءً وتقدمًا وسرعة في نقل الأحداث إلى المتلقين وتوفيرها لتقنيات أكثر تفاعلية وحرفية لتلبية احتياجاتهم الإعلامية المختلفة.
- اتجاه بعض المؤسسات الإعلامية المصرية للاستفادة من هذه تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الإعلامي في ممارستها اليومية.
- إن الزخم العلمي المتنامي حول المواقع الإلكترونية القائمة على تقنيات الذكاء الاصطناعي له انعكاسات جوهرية على العديد من المسارات البحثية في مجال الذكاء الاصطناعي، وبالتالي يساهم هذا البحث الحالي في إرساء الفكر المتعلق باستخدام التطور في تقنيات الذكاء الاصطناعي وانعكاساتها علي مستقبل مهنة القائم بالاتصال.
- يساهم البحث الحالي في توسيع وتعميق المساحة المعرفية عن استخدام القائم بالاتصال للتطبيقات التكنولوجية الذكية، من خلال توفير تصور عن المنافع المتوقعة والتحديات التي تفرضها تقنيات الذكاء الاصطناعي على القائم بالاتصال.

- تساهم هذه الدراسة في إثراء الفكر التكنولوجي المرتبط بتقنيات الذكاء الاصطناعي حيث أنها تعمل على توفير رؤى حول المهارات المطلوبة للقائم بالاتصال وتطور نطاق عملهم.
- لوحظ في الفترة الأخيرة قيام المواقع الإلكترونية بتطوير أنظمتها وبنيتها الأساسية باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي.

أهداف الدراسة:

- رصد وتفسير واقع مستقبل مهنة القائم بالاتصال في ظل وجود وتطور تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- معرفة المهارات التي يتطلبها القائم بالاتصال العمل بالمواقع الإلكترونية المستخدمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- رصد مقترحات لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية.
- رصد الجهات التي حصل من خلالها القائم بالاتصال على تدريب في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.
- الوقوف على التحديات التي تواجه القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- التعرف علي واقع استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية.
- التعرف على مدى تبني المواقع الإلكترونية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- معرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية.

تساؤلات الدراسة:

- ما خبرة القائم بالاتصال في التعامل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تتوفر في الأجهزة الذكية؟

- ما معوقات تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية من وجهة نظر القائم بالاتصال؟
- ما مدى حصول القائم بالاتصال على تدريب في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الذكاء الاصطناعي؟
- ما هي مصادر تدريب القائم بالاتصال على تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية؟

- ما المعوقات التي تواجه المواقع الإلكترونية في استخدام تقنيات الذكاء الصناعي الحديثة؟

- ما مدى تطبيق النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على الصحفيين؟
- ما الجهد المتوقع من سهولة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- ما العوامل الاجتماعية التي تدفع لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
- ما عوامل القلق من استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية؟
- ما مدى تبني المواقع الإلكترونية لتقنيات الذكاء الاصطناعي؟

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة بين الآليات التي تتبعها المواقع محل الدراسة لتحسين مهارات القائمين بالاتصال بها وبين العوامل التي تؤثر علي القائم بالاتصال عند استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- 2- توجد علاقة بين تعامل القائم بالاتصال مع تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تتوفر في الاجهزة الذكية وبين تبني المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي.
- 3- توجد علاقة ارتباط بين استخدام المواقع الإلكترونية عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتقييم القائم بالاتصال لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المواقع.

4- توجد علاقة بين سنوات الخبرة في استخدام التكنولوجيا بالمواقع الإلكترونية والحرص على أخذ دورات في الذكاء الاصطناعي.

الإطار النظري

حيث قام الباحث باختيار نظرية النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا في البحث كونها الأقرب وستساعده على الخروج بنتائج وتوصيات

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Venkatesh, V, and Morris, (2003), pp96)

تعد هذه النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا واستخدامها نموذج UTAUT لدراسة نظم وتقنية المعلومات في قطاع الإعلام مثل المؤسسات الصحفية من أولى النظريات المستخدمة في نظم وتقنية المعلومات، حيث تهدف هذه النظرية إلى تفسير سلوك استخدام التقنيات الرقمية الحديثة، كما تستخدم النظرية النية السلوكية للمستخدم كمؤشر لسلوكه في استخدام هذه التقنية، وتقرح النظرية أن الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام، كما أن التسهيلات المتاحة تؤثر مباشرة على سلوك الاستخدام جنباً إلى جنب مع نية الاستخدام. كما يعد نموذج قبول التكنولوجيا من النماذج الموثوقة فيها لتفسير قبول واستخدام نظم المعلومات؛ حيث تم اختباره بشكل واسع على العديد من العينات ذات الأحجام والأوضاع المختلفة، كما أن 86% من الدراسات التي تناولت وسائل كل من التعليم التقليدي والتعليم الذاتي استخدمت هذا النموذج، ويعد العالم دافيز (Davis) هو المؤسس الحقيقي لنموذج قبول التكنولوجيا عام 1989، حيث أشار إلى أن عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم المعلومات والتكنولوجيا يعتبر عائقاً مهماً أمام نجاح هذه النظم، كما أثبت أن فهم وإجابة لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا؟ يعد من أكبر تحديات الباحثين في مجال أنظمة المعلومات والتكنولوجيا، ولذلك

خلال السنوات الماضية احتل نموذج قبول التكنولوجيا المرتبة الأولى بين النماذج التي تحاول تفسير نجاح وفشل تقبل نظم المعلومات والتكنولوجيا. ويسعى نموذج " UTAUT " إلى توضيح ما إذا كانت الاختلافات الفردية (كالخبرة والنوع والسن وطوعية الاستخدام) تؤثر علي قبول واستخدام التقنية.

ويتضح لنا ثلاث خصائص أساسية للنظرية الموحدة لاستخدام وقبول التكنولوجيا هي:
(Venkatesh, V, and Zhang . (2010) , p447

- 1- ردود أفعال الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا، والتي تتضمن عوامل تبني الأفراد للتكنولوجيا (كالمتغيرات المستقلة، والنية السلوكية، والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا).
- 2- المتغيرات التابعة.
- 3- الخصائص الفردية لمستخدمي التكنولوجيا، كما أن العلاقة بين كل من الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والعوامل الاجتماعية، والنية السلوكية، تختلف باختلاف العمر والجنس، واختلاف العلاقة بين النية السلوكية للاستخدام، وكل من الجهد المتوقع والعوامل الاجتماعية باختلاف الخبرة؛ كما أن وجود علاقة بين التأثير الاجتماعي والنية السلوكية تختلف باختلاف طوعية الاستخدام، وأخيرا توجد علاقة بين سلوك الاستخدام، والتسهيلات المتاحة تختلف باختلاف العمر والخبرة.

وإضافة إلى النية السلوكية وسلوك المستخدم، يتكون النموذج من أربع عناصر:

- 1- **الأداء المتوقع: Performance Expectancy** : ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي، ويمكن أيضا أن ينظر إلى هذا باعتباره الفائدة المدركة من استخدام التقنية، وهذا العامل سيكون محوريا؛ لأنه إذا كان العاملون في المجال الصحفي والإعلامي يعتقدون أن سهولة استخدامهم للتطبيقات الرقمية مثل شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر واتساب

وغيرها) سيساعدهم على تحسين أدائهم في العمل، كنقل المعلومات بصورة أسرع من الوسائل التقليدية، مما تعود بالنفع على أدائهم الوظيفي.

2- **الجهد المتوقع: Effort Expectancy** : ويقصد به سهولة استخدام التقنية، فعلى سبيل المثال قد يقارن الصحفيون الجهد والوقت الذين يبذلان لاستخدام التطبيقات الرقمية لتحقيق غرض معين، مقارنة بوسائل أخرى كوسائل الإعلام التقليدية، ويرتبط بذلك العنصر ضرورة تضافر مجموعة من العوامل والتي تشمل المتعة المتوقعة من استخدام التكنولوجيا، والثقة في استخدام تلك التكنولوجيا في العمل الإعلامي، أيضا اتجاه وعزم الصحفيين والعاملين في مجال الإعلام نحو تقبل تلك التكنولوجيا واستخدامها في مهامهم الوظيفية.

3- **العوامل الاجتماعية: Social impact** : ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أهمية أن الآخرين يعتقدون أنه ينبغي عليهم استخدام التقنية، ويوضح ذلك ما إذا كان الصحفيون يتوقعون أن يقدر الآخرون (كالرؤساء والزملاء والجمهور وغيرهم) استخدامهم للتطبيقات الرقمية، وفي هذا السياق أشار Han أن العوامل الاجتماعية المدركة (Perceived Sociability) لها دور كبير في ثقة العاملين في التكنولوجيا التي يتم استخدامها داخل بيئة العمل.

4- **التسهيلات المتاحة: Facilitating Conditions** : ويقصد بها مدى اعتقاد الفرد بأن البنية التحتية والتقنية اللازمة لدعم التقنية موجودة لدى الفرد، ويتعلم هذا المتغير بتوفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التطبيقات الرقمية كتوفر المعرفة وحاسب أو هواتف ذكية، وخدمات إنترنت، أو سماح المؤسسة باستخدام الإعلام الاجتماعي أثناء العمل. هناك عوامل أخرى لها تأثير غير مباشر على النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا، وهي :

- الاتجاه نحو استخدام التكنولوجيا والمقصود به رد فعل المستخدم نحو استخدام النظام، ويشمل أربعة عوامل هي: (الاتجاه نحو السلوك، الدوافع الداخلية، التأثير نحو الاستخدام، التأثير).

- كفاءة النظام: ويقصد به القدرة على إنجاز الوظيفة باستخدام النظام دون مساعدة الآخرين.

- القلق: ويقصد به القلق من استخدام النظام نتيجة الخوف من فقدان المعلومات، أو الوقوع في أخطاء عند استخدام النظام. (Michael D. Williams. 2015. pp,8-9)

* أوجه الإفادة من هذه النظرية في الدراسة: سوف تمكن النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا الباحثة من تفسير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتأثيره مع على مستقبل القائم بالاتصال المهني، وذلك بناء على عدد من المتغيرات، وهي:

- متغير الأداء المتوقع: وهذا المتغير سيكون محوريا في هذه الدراسة، لأنه إذا كان القائم بالاتصال- عينة الدراسة- يعتقدون أن استخدامهم تقنيات الذكاء الاصطناعي يساعدهم على تحسين مهاراتهم وقدراتهم الصحفية داخل المؤسسة بما يعود بالنفع عليهم وعلى أدائهم؛ فإن ذلك الأمر قد يؤدي إلى إيجاد نية سلوكية لاستخدام هذه التطبيقات، ومن ثم قيامهم بالفعل بتوظيفها في عملهم الصحفي.

- متغير الجهد المتوقع: ويعني أن القائم بالاتصال- عينة الدراسة- إذا ما قارنوا بين التكلفة والوقت والجهد المتوقع في الطرق التقليدية لتجميع المادة الصحفية وكتابتها وتصحيحها وإخراجها، والتكلفة والوقت والجهد المتوقع في العمل الصحفي من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي تبين مدى توفير هذه التطبيقات للتكلفة والوقت والجهد، إلى جانب سهولة استخدام الوسائل المتاحة، والدقة وسهولة اكتشاف الأخطاء اللغوية، والسرعة في الأداء.

- **متغير العوامل الاجتماعية:** ويمكن توضيح ذلك المتغير بأنه إذا كان القائم بالاتصال عينة الدراسة يتوقعون أن الآخرين- مثل الدولة والعاملين بالمؤسسة الصحفية من زملائهم والإدارة- على قدر كبير من الاستعداد لتوظيف مثل هذه التقنيات؛ ربما يكون له تأثير على طبيعة ومدى استخدامهم لها في العمل الصحفي .

- **متغير التسهيلات المتاحة:** ويتوقف على مدى توفير الإمكانيات المختلفة اللازمة لاستخدام القائم بالاتصال عينة الدراسة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي، مثل توفير الإمكانيات المادية.

- تحديد بناء الدراسة والفروض والتساؤلات وجمع البيانات.

الجوانب المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى نمط الدراسات الوصفية التي لاتقف عند مرحلة جمع البيانات بل تمتد إلى تصنيفها وتوصيفها، من خلال رصد أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي استخدمتها عينة الدراسة بالمواقع عينة الدراسة في استخدامها الإعلامي ومعرفة انعكاساتها علي القائم بالاتصال، وتشمل عينة الدراسة موقع (اليوم السابع - مصراوي - القاهرة 24).

منهج الدراسة : تعتمد الدراسة علي منهج المسح الإعلامي وذلك بهدف الحصول علي معلومات عن تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة بمواقع عينة الدراسة وانعكاساتها علي القائم بالاتصال، كما يساعد منهج المسح في رصد أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي لم تستفيد منها عينة الدراسة، وفي إطار هذا المنهج تم استخدام أسلوب المقارنة المنهجية، وهي أداة من أدوات الاستقراء في الدراسات الميدانية والمقارنة بين المجموعات داخل المجتمع الواحد، وتدعم الباحث في الاستدلال على أوجه الاتفاق والاختلاف بين آراء المبحوثين،

عينة الدراسة، ومن ثم تصنيف هذه البيانات وتفسيرها للوصول إلى نتائج بما يخدم أهداف هذه الدراسة.

أدوات الدراسة:- قام الباحث في ضوء منهج المسح بتصميم استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، والتي ركزت على عدة محاور ترجمت أهداف الدراسة، وتمثلت في رصد تقنيات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية المصرية وانعكاسها على القائم بالاتصال دراسة ميدانية لمواقع "اليوم السابع - القاهرة 24- مصراوي"، وتحديد درجة مصداقية وحيادية هذا النمط الجديد من الإعلام المتخصص، ونقاط القوة والضعف في أداء التطبيق من الناحية المهنية والأخلاقية، وآليات التطوير وتوظيفها مستقبلاً لتحسين أداء هذه التقنية الحديثة في تطوير المحتوى الصحفي.

حدود الدراسة:-

- **حدود موضوعية:** حدد الباحث موضوع دراسته في رصد اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي والمواقع المصرية دراسة ميدانية بموقع اليوم السابع وموقع مصراوي وموقع القاهرة 24.

- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة قوامها (56) من الصحفيين العاملين بموقع اليوم السابع وموقع مصراوي وموقع القاهرة 24 ، وتوزيعهم كالتالي: (20) بموقع القاهرة 24، و(19) مفردة بموقع اليوم السابع، و(17) مفردة بموقع مصراوي، ويرجع اختيار الباحث لهذه العينة لأن تلك المواقع قد بدأت بالفعل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بها.

-**حدود زمنية:** قام الباحث بتوزيع صحيفة الاستبيان علي الواتساب والإيميل و يدوي على أفراد العينة وجمعها خلال شهري يوليو و أغسطس 2023 .

- حدود مكانية: تم تطبيق الدراسة من خلال صحيفة الاستبيان وتوزيعها من خلال الواتساب والإيميل ويدويًا على عينة من الصحفيين في موقع اليوم السابع وموقع مصرأوي وموقع القاهرة 24.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: - الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة:

خصائص العينة (جدول 1) السن:

المجموع	مصراوي		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسي السن	
	عدد	%	عدد	%	عدد	%		
	48	%57	11	%100	19	%90	18	من 20 - 35
	6	%26	4	-	-	%10	2	من 35 - 50
	2	%17	2	-	-	-	-	من 45 - 55
	56	%100	17	%100	19	%100	20	الاجمالي

يوضح الجدول السابق أن 82 % من عينة الدراسة في سن من 20 إلى 35 عام، وأن 57 % من عينة الدراسة مصراوي في سن من 20 إلى 35 عام، وأن 90 % من عينة الدراسة بموقع اليوم السابع في سن من 20 إلى 35 عام أ وإجمالي عينة الدراسة بموقع القاهرة 24 في سن من 20 إلى 35 عام.

ويرى الباحث أن ذلك يعني أن غالبية عينة الدراسة في سن الشباب؛ وهذا يعني أن لديهم القدرة والاستعداد بشكل كبير على تبني الأفكار الجديدة .

جدول (2) سنوات الخبرة

المجموع		مصري		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسي
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	سنوات الخبرة
%66	32	%36	7	%26	5	%100	20	أقل من 5 سنوات
%27	16	%64	10	%39	6	-	-	من 5 سنوات إلي أقل من 10 سنوات
%7	8	-	-	%35	8	-	-	من 10 سنوات إلي أقل من 20 سنوات
%100	56	%100	17	%100	19	%100	20	الاجمالي

يوضح الجدول السابق أن 100 % من عينة الدراسة لديهم خبرة في العمل الصحفي أقل من 5 سنوات بموقع القاهرة 24، وأن 26 % من عينة الدراسة باليوم السابع لديهم خبرة

في العمل الصحفي، وأن 36 % من عينة الدراسة بموقع مصراوي لديهم خبرة في العمل الصحفي أقل من 5 سنوات.

(جدول 3) النوع

المجموع		مصراوي		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسة النوع
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
%73	43	%70	13	%71	14	%77	16	ذكر
%27	13	%30	4	%29	5	%23	4	أثني
%100	56	%100	17	%100	19	%100	20	الاجمالي

يوضح الجدول السابق أن 77 % من عينة الدراسة ذكور بموقع القاهرة 24، و 71 % من عينة الدراسة باليوم السابع ذكور، وأن 70 % من عينة الدراسة بموقع مصراوي. ويرى الباحث أن الصحفيين الذكور يمثلون الأغلبية في العمل الصحفي؛ وذلك لما يتطلبه العمل من قضاء ساعات عمل طويلة وإضافية والسهر ليلا داخل الصحيفة أوالموقع، وهذا لا يتناسب مع الاناث.

جدول رقم (4) يوضح مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية عينة الدراسة: -

المجموع		مصراوي		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسي
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	مستوي المعرفة القائم بالاتصال بالذكاء الاصطناعي
%9	6	%14	2	%8	2	%10	2	معرفة مرتفعة
%84	46	%67	14	%82	15	%85	17	معرفة متوسطة
%7	4	%10	1	%10	2	%5	1	معرفة ضعيفة
%100	56	%100	17	%100	21	%100	20	الاجمالي

يوضح الجدول السابق أن 84 % من عينة الدراسة لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن 85 % من عينة الدراسة بالقاهرة 24 لديهم معرفة عالية بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن 82 % من عينة الدراسة بموقع اليوم السابع لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن 67 % من عينة الدراسة بموقع مصراوي لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي. يعتقد الباحث أن هذه النتائج واقعية إلى حد كبير، خاصة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى متنوع وممتد وليس مطلوب من المحرر أن يلم بذلك إلمامًا كبيراً؛ لأنه مجال حديث نسبياً في استخدامه وأن لكل

فرد في الجهاز التحريري جزءاً مسؤولاً عنه، وعليه التزام بإجادة ومعرفة تقنيات هذا الجزء دون الوظائف الأخرى؛ وهذا ما يؤكد مبدءاً التخصص في العمل.

جدول رقم (5) يوضح مدى نجاح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل بالمواقع الإلكترونية:-

المجموع		مصري		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسي
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
%90	44	%93	14	%90	13	%94	17	مدى نجاح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جدا
%10	12	%7	3	%10	6	%6	3	ناجح بدرجة متوسطة
-	-	-	-	-	-	-	-	ناجح بدرجة محدودة
-	-	-	-	-	-	-	-	ناجح بدرجة محدودة جدا
%100	56	%100	17	%100	19	%100	20	الاجمالي

يوضح الجدول السابق أن % 90 من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جداً، وأن % 94 من عينة الدراسة بالقاهرة 24 ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جداً، وأن % 90 من عينة الدراسة بموقع اليوم السابع ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة، وأن % 93 من عينة الدراسة بمصر اوي ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جداً، ويرى الباحث أنها نتيجة واقعية وحقيقية لأن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل يساعد كثيراً من العمل ويقلل من الوقت.

جدول (6) يتناول آليات استخدام مواقع عينة الدراسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي

مصري		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسة	
						تطبيقات الذكاء الاصطناعي	
غ	م	غ	م	غ	م		
-		-			✓		الواقع المعزز
-		-			✓		الواقع الافتراضي
-		-		-			صحافة الربوت
-			✓	-			لايف شات
	✓	-		-			غرف التعليم الالكترونية
	✓		✓		✓		تحليل البيانات الضخمة
	✓		✓	-			الترجمة إلى لغات أخرى
	✓		✓		✓		الرددشة الآلية
-		-			✓		نشرات بالذكاء الاصطناعي
	✓		✓		✓		نشر الموضوعات الطريقة الآلية
-		-			✓		العمل على إدخال المقدم الافتراضي في قسم الملتيميديا
-	-	-	-	-	-		أخرى

آليات استخدام مواقع عينة الدراسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي استخدم موقع القاهرة 24 إحدى تطبيقات الذكاء الاصطناعي منها أول نشرة إخبارية بخاصية الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري وأيضًا رباتها في إنتاج الأخبار باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي دون أي تدخل بشري، كأول موقع إلكتروني في الشرق الأوسط يطبق هذه الخاصية في المواد الصحفية على مدار اليوم، كما خصصت قسم خاص بالذكاء الاصطناعي يستخدم تقنيتي) الواقع المعزز و الواقع الافتراضي (في عرض المادة التحريية، ويتم توظيفه في الموضوعات وتقدم نشرات أخبار خاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، والعديد من الموضوعات التي تدور حول توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات، كما استخدمت الصحيفة تقنية الذكاء الاصطناعي في إجراء الإحصاءات، تحليل البيانات، ربط البيانات ببعضها، وأيضًا إتاحة الفرصة لتعبير الجمهور عن وجهة نظره فيما يتم نشره من قضايا وأتاح فرصة التواصل من خلال الشات والردشة الآلية، وأيضًا وجود تحليل للبيانات الضخمة، ولم يستخدم الموقع صحافة الروبوت، وأيضًا لم يستخدم غرف التعليم الإلكتروني بدافع لعدم تحويله إلي سنتر دروس تعليمية، وأيضًا لم يستخدم الترجمة إلي لغات آخري في موضوعاته بدافع أن الموقع ناطق العربية فقط.



يوضح الجدول السابق أن عينة الدراسة بموقع مصراوي ترى أن مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في استخدام خاصية الرد المباشر على القراء والمتلقين والمستخدمين عبر الرسائل على منصات السوشيال، وأن عينة الدراسة بموقع مصراوي ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في الصحفي الروبوت (تحرير وكتابة الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي (بدرجة محدودة)، وأن عينة الدراسة بموقع مصراوي ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها بدرجة محدودة جداً، ووجود أضاً الترجمة إلى لغات آخر كأحدي التقنيات الموجودة، ويتضح عدم تفعيل تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير داخل الموقع ووجوده بشكل ابتدائي، ولم يستخدم الموقع الواقع المعزز، ولم يستخدم الموقع صحافة الروبوت، وأيضاً لم يستخدم غرف التعليم الإلكتروني، وعدم تطبيق نشرات إخبارية بالذكاء الاصطناعي.



يوضح الجدول السابق أن عينة الدراسة اليوم السابع ترى أن مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في العمل على تحويل المقالات النصية إلى صوتية بدرجة محدودة، وأن من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في نشر الأخبار والتقارير بطريقة آلية على الموقع بدرجة محدودة جداً، لم تستخدم الإذاعات الإلكترونية .

جدول رقم (7) يوضح مقترحات المبحوثين لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية وتأثيرها إيجابى على القائم بالاتصال:-

المجموع		مصري		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسى
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	مقترحات المبحوثين لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية
%28	19	%23	5	%37.5	6	%46	8	التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية.
%15.5	6	%10	1	%9	3	%9.5	2	التواصل بين الصحفيين وخبراء الذكاء الاصطناعي والعلوم الأخرى لتدعيم معرفتهم عن تلك التقنيات.
%8	2	%14	2	-	-	-	-	وضع سياسة واضحة ثابتة نسبياً لاستخدام تلك التقنيات تحفظ

								حقوق الملكية.
%15	8	%17	3	%9	2	%11	3	تعظيم موارد المواقع الإلكترونية لاقتناء تقنيات الذكاء الاصطناعي.
%15	8	%22	4	%7	2	%9.5	2	الاستفادة من خبرات المواقع الإلكترونية العالمية في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي
%18.5	13	%14	2	%37.5	6	%24	5	تدريس الذكاء الاصطناعي بمقررات اقسام الإعلام لتخريج صحفيين مواكبين للسوق الإعلامي الرقمي الجديد.
%100	56	%100	17	%100	19	%100	20	الاجمالي

مقترحات الباحثين لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية وتأثيرها إيجابي علي القائم بالاتصال يوضح الجدول السابق أن % 28 من عينة الدراسة ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية، وأن % 37.5 من عينة

الدراسة بالمصري اليوم ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية، وأن %23 من عينة الدراسة بموقع مصراوي ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية، وأن %46 من عينة الدراسة بموقع القاهرة 24 ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية.

ويأتي في المرتبة الثانية تدريس الذكاء الاصطناعي بمقررات اقسام الإعلام لتخريج صحفيين مواكبين للسوق الإعلامي الرقمي الجديد وذلك بنسبة %18.5 وذلك يعزز من للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية.

جدول رقم (8) يوضح التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي

المجموع		مصراوي		اليوم السابع		القاهرة 24		مواقع عينة الدراسة
%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	ملاح مستقبل القائم بالاتصال في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي
%30.6	14	%28.5	5	%22.6	3	%27.3	6	إحلال صحافة الذكاء الاصطناعي بديلاً عن الصحافة التقليدية
%18	13	%19.7	3	24.5	5	%24.3	5	تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنتاج روبوتات للقيام بالمهام الإبداعية كالبشر.

13	3	5	5	وجود مواقع إلكترونية تدار دون تدخل بشري مع ارتفاع مستوى الثقة في المضمون المقدم بها.
18%	19.7%	24.5%	24.3%	
16	6	6	4	توافر الصحفي المتميز ذوالمهارات المتعددة.
33.4%	32.3%	28.4%	24.1%	
56	17	19	20	الاجمالي
100%	100%	100%	100%	

يوضح الجدول السابق أن 33.4% من عينة الدراسة ترى أن التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي توافر الصحفي المتميز ذوالمهارات المتعددة.، وأن 30.6% من عينة الدراسة ترى أن التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي إحلال صحافة الذكاء الاصطناعي بديلاً عن الصحافة التقليدية ، وأن 18% من عينة الدراسة ترى التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنتاج روبوتات للقيام بالمهام الإبداعية كالبشر، وأن 18% من عينة الدراسة ترى التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي وجود مواقع إلكترونية تدار دون تدخل بشري مع ارتفاع مستوى الثقة في المضمون المقدم به.

نتائج الدراسة:

1. تطبيقات الذكاء الاصطناعي تتفرع وتزايد بصورة لا يمكن استيعابها وحصرها، فهي تكاد تدخل في كافة العلوم الإجتماعية، علاوة على المجالات الإنسانية، فلا بد علي القائمين بالاتصال من مواكبة تطورات الذكاء الاصطناعي.
2. لا توجد وسيلة أمام المواقع الالكترونية تمكنها من تفادي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي وذلك لمواكبة التطورات والإستمرار في المنافسة، ولا يمكن التغلب على سرعة وكفاءة ودقة تقنية الذكاء الاصطناعي، والشيء الوحيد الذي يمكن للقائم بالاتصال فعله هو تبني هذه التقنيات الحديثة ومعرفة كيفية تعظيم استخدامها.
3. ليس هناك قلق أو مخاوف على مستقبل القائم بالاتصال بشأن استبدال أعمالهم بالذكاء الاصطناعي أو الإستغناء عن وظائفهم في المستقبل القريب، فسوف تحتاج المنشآت دائماً إلى صحفيين يمكنهم تحليل وتفسير بيانات الذكاء الاصطناعي، فضلا عن تقديم الخدمات الاستشارية .
4. أن هناك حاجة دائمة للذكاء الانساني بجانب تقنيات الذكاء الاصطناعي, ولكن هذه الحاجة لا تأتي من فراغ، ولكن تتم من خلال أشخاص يمتلكون القدرة على تحليل وتفسير بيانات ومواكبة تطورات الذكاء الاصطناعي، ومزودين بالخبرات التدريبية المتعلقة بالتقنيات التكنولوجية المتطورة.
5. لا محالة ستستبدل القائمين بالاتصال بالذين لا يواكبون التطورات، ولا يوظفوا أحدث التقنيات المرتبطة بمجال المواقع الالكترونية في عملهم.
6. نجد أيضاً نتيجة مستوى معرفة القائم بالاتصال بتقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الالكترونية عينة الدراسة أن 84 % من عينة الدراسة لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن 85 % من عينة الدراسة بالقاهرة 24 لديهم معرفة عالية

بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن 82 % من عينة الدراسة بموقع اليوم السابع لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن 67 % من عينة الدراسة بموقع مصراوي لديهم معرفة متوسطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتدل أن هذه النتائج واقعية إلى حد كبير، خاصة أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى متنوع وممتد وليس مطلوب من المحرر أن يلم بذلك إلماماً كبيراً؛ لأنه مجال حديث نسبياً في استخدامه وأن لكل فرد في الجهاز التحريري جزءاً مسؤولاً عنه، وعليه التزام بإجادة ومعرفة تقنيات هذا الجزء دون الوظائف الأخرى؛ وهذا ما يؤكد مبدأ التخصص في العمل، وضرورة تدريب القائمين بالاتصال علي تقنيات الذكاء الاصطناعي.

7. فيما يتعلق بمدى نجاح استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل بالمواقع الإلكترونية أن 90 % من عينة الدراسة ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جداً، وأن 94 % من عينة الدراسة بالقاهرة 24 ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جداً، وأن 90 % من عينة الدراسة بموقع اليوم السابع ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل ناجح بدرجة كبيرة جداً، ويرى الباحث أنها نتيجة واقعية وحقيقية لأن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنجاز العمل يساعد كثيراً من العمل ويقلل من الوقت، وهذا لا يعكس تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل احترافي.

8. وتأتي نتيجة مقترحات الباحثين لتعزيز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية وتأثيرها إيجابي علي القائم بالاتصال يتضح أن 28 % من عينة

الدراسة ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية، وأن 37.5% من عينة الدراسة بالمصري اليوم ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية، وأن 23% من عينة الدراسة بموقع مصرأوي ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالصحف والمواقع الإلكترونية المصرية، وأن 46% من عينة الدراسة بموقع القاهرة 24 ترى أن التدريب الرقمي المستمر للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية.

9. ويأتي في المرتبة الثانية تدريس الذكاء الاصطناعي بمقررات اقسام الإعلام لتخريج صحفيين مواكبين للسوق الإعلامي الرقمي الجديد وذلك بنسبة 18.5% وذلك يعزز من للصحفيين لتدعيم مهاراتهم التقنية يدعم ويعزز استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمواقع الإلكترونية المصرية.

10. ويتضح من آليات استخدام مواقع عينة الدراسة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي استخدم موقع القاهرة 24 إحدى تطبيقات الذكاء الاصطناعي منها أول نشرة إخبارية بخاصية الذكاء الاصطناعي دون تدخل بشري وأيضًا ريادةها في إنتاج الأخبار باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي دون أي تدخل بشري، كأول موقع إلكتروني في الشرق الأوسط يطبق هذه الخاصية في المواد الصحفية على مدار اليوم، كما خصصت قسم خاص بالذكاء الاصطناعي يستخدم تقنيته (الواقع المعزز و الواقع الافتراضي) (في عرض المادة التحريرية، ويتم توظيفه في الموضوعات وتقدم نشرات

أخبار خاصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، وأن عينة الدراسة بموقع مصراوي ترى أن مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في استخدام خاصية الرد المباشر على القراء والمتلقين والمستخدمين عبر الرسائل على منصات السوشيل، وأن عينة الدراسة بموقع مصراوي ترى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في الصحفي الروبوت) تحرير وكتابة الأخبار عبر الذكاء الاصطناعي (بدرجة محدودة)، يوضح الجدول السابق أن عينة الدراسة اليوم السابع ترى أن مدى نجاح تقنيات الذكاء الاصطناعي تكمن في العمل على تحويل المقالات النصية إلى صوتية بدرجة محدودة.

11. أما التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية المصرية في ظل تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي توضح نتائج الدراسة يوضح الجدول السابق أن 33.4% من عينة الدراسة ترى أن التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي توافر الصحفي المتميز ذومهارات المتعددة، وأن 30.6% من عينة الدراسة ترى أن التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي إحلال صحافة الذكاء الاصطناعي بدلاً عن الصحافة التقليدية ، وأن 18% من عينة الدراسة ترى التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنتاج روبوتات للقيام بالمهام الإبداعية كالبشر، وأن 18% من عينة الدراسة ترى التأثيرات التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالمواقع الإلكترونية مع بدء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي هي وجود مواقع إلكترونية تدار دون تدخل بشري مع ارتفاع مستوى الثقة في المضمون المقدم بها.

12. توضح نتائج الدراسة أن أكثر المواقع عينة الدراسة المستخدمة لتقنيات الذكاء الاصطناعي "القاهرة 24" ويأتي في المرتبة الثانية موقع "مصرأوي" ثم يأتي في المرتبة موقع "اليوم السابع".

التوصيات:

1. حرص القائم بالاتصال على الالتحاق بدورات تدريبية متخصصة بمجال الذكاء الاصطناعي، وحضور ورش العمل والندوات والمحاضرات المتعلقة بالتكنولوجيا، والإعلام الإلكتروني.
2. اهتمام المواقع بجلب المتخصصين في مجال الذكاء للمواقع الإلكترونية، وتنظيم دورات تدريبية للعاملين فيها، لزيادة الخبرة وتطوير المهارات والقدرات لديهم ومواكبة التكنولوجيا.
3. ضرورة تحفيز القائم بالاتصال على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مرحلة إعداد رؤى مستقبلية وإستراتيجيات تتعلق بالمهنة.
4. ضرورة التأكيد على حقيقة مفادها أنه في السنوات القادمة لابد أن يقوم القائم بالاتصال بإعادة النظر في قدراتهم العلمية والعملية وذلك نظرا لأن القائم بالاتصال غير الملمين بتطورات التقنيات الحديثة سوف يتم الإستغناء عنهم وفقد وظائفهم.
5. ضرورة الاهتمام بإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل المطلوب في المواقع المصرية على اختلاف طبيعة سياستها التحريرية، والاعتماد عليها في جمع وتحرير الأخبار وإخراجها بالشكل المناسب.

6. يجب أن تقوم الدولة بسن تشريعات وقوانين تنظم كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي بالشكل الأمثل بما يخدم العمل الصحفي، ويؤدي إلى تطوير المؤسسة المواقع بشكل عام.
7. السعي لتوفير الإمكانيات المادية، وإدخال المزيد من الأجهزة المتطورة وتفعيلها داخل المواقع بشكل عام، وتوظيفها بالشكل الأمثل في تطوير المضامين الصحفية للنهوض بالمؤسسة، وجعلها قادرة على منافسة الوسائل الأخرى.
8. الاستعانة ببعض الخبرات العلمية المتدربة في مجال الذكاء الاصطناعي للعمل بالمؤسسات الإعلامية وتدريب العاملين بها.
9. توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف الذكاء الاصطناعي بالمواقع.
10. دعم البحث العلمي وبراءات الاختراع الخاصة بمجال الحاسبات والذكاء الاصطناعي، ومحاولة الاستفادة من نتائج هذه البحوث وتطويعها في خدمة مجال الصحافة والمواقع

أولاً: مراجع ودراسات عربية:

- 1- محمد عبدالجواد، (2021)، "اتجاهات النخبة نحو توظيف الإعلام الأمني لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وانعكاساته على دعم وتعزيز الأمن السيبراني في مصر"، دراسة ميدانية (المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال - جامعة الأهرام الكندية - يونيو - العدد 33)
- 2- محمد جمال بدوى، (2021)، آليات تطبيق وإنتاج صحافة الروبوت في مصر في ضوء استخدام أدوات الذكاء-الاصطناعي: دراسة حالة على موقع القاهرة 24 الإخباري (المجلة المصرية لبحوث الإعلام - العدد 75 - يونيو 2021 جامعة القاهرة كلية الإعلام)
- 3- علي جمال التركي، (2021) "السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة" دراسة ميدانية علي القائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الصحافة)
- 4- عمرو محمد محمود عبدالحمد، (2020)، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وعلاقتها بمصداقيته لدى الجمهور المصري، (مجلة البحوث الإعلامية: العدد 55 - الجزء 5، جامعة الأزهر- كلية الإعلام بالقاهرة)
- 5- عيسى عبدالباقي موسى، أحمد عادل عبدالفتاح، (2020)، اتجاهات الصحفيين والقباطات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية: دراسة تطبيقية (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام: المجلد 19 - العدد 1 - جامعة القاهرة كلية الإعلام مركز بحوث الرأي)
- 6- سحر عبد المنعم، (2020)، اتجاهات الصحفيين المصريين إزاء توظيف الذكاء الاصطناعي في تطوير المضامين الصحفية الخاصة بالثراء المعلوماتي، دراسة ميدانية، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مجلة بحوث الإعلام، العدد 72)
- 7- محمد لالح، (2020)، مدخل إلي الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة . أكاديمية حسوب، ص 448
- 8- مني المراغي أحمد، (2018) "آليات بناء الأفكار التحريرية وأجندة الموضوعات المقدمة في بوابات الصحف الإلكترونية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة)
- 9- أسماء عبده بدران، (2017)، "العوامل المؤثرة علي الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع" دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال).

- 10- توفيق أبو جراد، (2017)، "دور القائم بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية في بناء أجنحة قضايا المواطنة في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال)
- 11- سارة إبراهيم، (2016)، "السياسات الإدارية للمؤسسات الإعلامية بين المعايير المهنية والتوجهات الإيدلوجية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب قسم الإعلام)
- 12- راندة ماضي فكري، "العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي 2015).
- 13- زهير حسين، (2014)، السياسات التحريرية للصحف الخليجية والعوامل المثرة علي القائم بالاتصال دراسة ميدانية، مجلة سمات، (جامعة البحرين: المجلد 2، العدد 1)
- 14- أبو بكر محمود الهوش، (2011)، شبكة الإنترنت وخدمات المعلومات، القاهرة (السحاب للنشر والتوزيع، ط1، ص134)
- 15- نجوى الفوال، (1995)، "قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، (القاهرة:المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، سبتمبر)
- 16- السيد بخيت، (2004)، الإنترنت وسيلة اتصال جديدة، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، ص32).
- 17- ياسر البناء، (2005)، "فن الكتابة الإلكترونية"، مجلة الصدى، (غزة، كتلة الصحفي الفلسطيني، العدد السادس، ص16)

ثانياً: مراجع وكتب أجنبية:

1. Túnñez-López, (2020), J. M., Fieiras-Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. Impact of artificial intelligence on journalism: Transformations in the company, products, contents and professional profile. Communication & Society.
2. Santosh Kumar Biswal| (2020)." Artificial Intelligence in Journalism: A Boon or Bane"?Springer Nature Singapore
3. Susan Leavy. (2020)" Uncovering Gender Bias in Media Coverage of Politicians with Machine Learning", Conference on Artificial Intelligence, University College Dublin, Ireland

- HASSOUN Mohamed .(2019) . Artificial ،ALI Waleed .4
Intelligence and Automated Journalism: Contemporary
Challenges and New Opportunities .
International Journal of Media, Journalism and Mass Communications.
- khaled. Asad Ullah. 2019 "A Case Study of Pakistani News .5
Channels: Media Education and Journalist, Training. " **Smart
Technologies and Innovation for Sustainable Future.**
Springer. Cham.
- Venkatesh, V, and Morris, M.G., Davis, G.B& ,Davis, F.D(.6
". pp96(.2003
- User acceptance of information technology: toward unified .7
view.MIS Quarterly, vol 27. Venkatesh, V, and Zhang X.
(2010)."Unified Theory of acceptance and Use of technology
U.S.Vs. China", Journal of global Information Management,
Vol.13, No1,. Payne, K," Much Ado About Something Web
0.2 Acptance and Use by public Relation
.-"Educators Acadmy PRSA Prroceeding, , (2008),practioners
- Venkatesh, V, andMorris, ., (2010) M.G., Davis, G.B., &Davis, .8
.F.D.,.Venkatesh, V, and Zhang X p447
- Michael D. Williams. . 2015," The unified theory of acceptance .9
and use of technology (UTAUT): A literature review "Journal of
Enterprise Information Management
- Automated Journalism: Contemporary Challenges and New .10
. Opportunities
International Journal of Media, Journalism and Mass .11
Communications

مواقع الانترنت:-

Laurence Dierickx)Artificial intelligence and journalism: a race .12

:/https://www.equaltimes.org. تم الاستناد من with machines

<https://www.equaltimes.org/artificial-intelligence->.13

[.and#.YKg116gzZPY](#)

<https://www.oracle.com/ae-ar/artificial-intelligence/what-is-artificialintelligence>